

*Universidad del Salvador*

*Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación*

*Social*

*Licenciatura en Periodismo*

*Tesis Monográfica*

**ETA: EL MOVIMIENTO DE LAS DOS "I":**  
**IDEOLOGÍA O INTERÈS**

*EL COMUNICADO EN LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS  
GRÁFICOS COMO VEHÍCULO DE PROPAGANDA  
IDEOLÓGICA*

*Realizado por:* Julia Iribarne

*Director de la Carrera de Periodismo:* Daniel Sinópoli

*Tutor:* Ovidio Bellando

*Asignatura:* Seminario de Investigación Periodística

*Cátedra:* Sinópoli/Laugier

*Lugar y fecha:* Buenos Aires, marzo de 2005

**Agradecimientos:**

**Agradezco infinitamente a mi familia que me sostuvo y contuvo, me apoyó en los cinco años de mi carrera y fue incondicional, como era de esperar. Sin ellos no hubiera finalizado con la tesina.**

**También doy gracias a Adrián por la objetividad en sus opiniones y la firmeza y, por supuesto, a mis amigos que siempre están presentes y que son felices cuando uno logra un objetivo tan esperado.**

**J. I**



**USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR**



# ÍNDICE

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## Índice:

Introducción.....	6
<b><u>Marco Teórico.....</u></b>	
Capítulo 1: Propaganda: Concepto y Características.....	12
1.1 Definición de propaganda.....	12
1.2 Recursos propagandísticos.....	15
1.3 Reglas y usos de la propaganda.....	17
1.4 Reglas temáticas de la propaganda.....	20
<b>Capítulo 2: Propaganda bélica.....</b>	<b>22</b>
2.1 Propaganda en la Primera Guerra Mundial.....	22
2.2 Propaganda en la Segunda Guerra Mundial.....	25
2.3 Características de la propaganda bélica en la Segunda Guerra Mundial.....	26
2.4 Definición y uso de la Guerra Psicológica.....	27
2.5 Medios de las Operaciones Psicológicas.....	29
2.6 Efectos Psicológicos de la Guerra Mundial.....	33
2.7 Principios fundamentales de la propaganda bélica.....	33
2.8 Técnicas propagandísticas para llamar la atención.....	34
2.9 Estrategia y propaganda.....	35
<b>Capítulo 3: La propaganda política.....</b>	<b>39</b>
3.1 Definición, relaciones y usos de la política.....	39
3.3 Propaganda política.....	42
3.3 Origen y desarrollo de propaganda moderna.....	42
<b>Capítulo 4: La propaganda persuasiva.....</b>	<b>48</b>
4.1 Origen y técnicas de la persuasión.....	48
4.2 Teorías generales de la persuasión.....	50
4.3 Los medios persuasivos.....	54
4.4 Credibilidad en el comunicador.....	55
4.5 El mensaje persuasivo.....	57
4.6 La persuasión psicológica.....	60
4.7 Comunicación o propaganda.....	63
4.8 Estrategias persuasivas.....	66
4.9 Técnicas de sugestión.....	70
4.10 Origen y evolución del rumor.....	71

<b>Capítulo 5: Violencia y terrorismo</b>	75
5.1 Definición y técnicas terroristas	75
5.2 Características del terrorista	78
5.3 Uso de la llamada Guerra Revolucionaria	81
5.4 ETA-IRA	84
5.5 Breve reseña histórica del IRA	84
<b>Capítulo 6: La ETA</b>	90
6.1 Orígenes del pueblo vasco	90
6.2 La ETA un grupo en armas	92
6.3 Asambleas	97
6.4 Atentados	100
6.5 Referendum	103
6.6 Herri Batazuna, política o terrorismo	105
6.7 Negociaciones de la ETA	106
6.8 Financiación	111
6.9 Colaboraciones internacionales	114
6.10 Teorías de la comunicación social	115
6.10 Propaganda mediática	116
<b><u>Análisis del corpus de investigación</u></b>	
<b>Capítulo 7: ETA y sus comunicados</b>	122
6.1 Rasgos principales de la ETA en la década del '70	122
6.2 Características principales de los comunicados	125
<b>Capítulo 8: Primer Comunicado: Diálogo o violencia</b>	130
7.1 Características principales del comunicado	131
7.2 Análisis detallado del primer comunicado	132
<b>Capítulo 9: Segundo Comunicado: La insurrección de Euskadi</b>	137
9.1 Características principales del comunicado	138
9.2 Análisis detallado del segundo comunicado	139
<b>Capítulo 10: Los periodistas responden</b>	
10.1 Entrevistas a periodistas especializados en la ETA	143
10.2 Análisis sobre la ETA por una especialista en política internacional	143
10.3 Análisis sobre la ETA por un periodista especializado en terrorismo	144
Conclusión	148
Bibliografía	154

# INTRODUCCIÓN<sup>1</sup>



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

---

<sup>1</sup> Cierta información y algunos datos utilizados en la introducción han sido hallados en los libros, los relatos y las investigaciones realizadas por los diferentes autores citados en el trabajo, como Karl Young, Jean Marie Domenach, J.A.C Brown, Luis Núñez Astrain o Eduardo Luis Calcagno, entre otros, y reelaborados y utilizados, según criterios del alumno.

## **ETA: EL MOVIMIENTO DE LAS DOS "I"**

Crímenes, asesinatos, atentados, manipulación, persuasión, nacionalismo puro. Estas son algunas de las palabras que definen a la ETA. Simples, claras, comprensibles para unos, incomprensibles para otros.

Una radiografía exacta de este grupo terrorista español que hace años lucha por lograr su independencia de España y Francia.

El movimiento de las dos "I": Ideología o Interés. Dos palabras que pueden generar una gran controversia ¿Una pregunta sin respuesta, o simplemente un cuestionamiento a responder?

Es verdad que desde que la humanidad se civilizó, se han tratado de encontrar procedimientos para disminuir la aflicción causada por unos hombres a otros. Pero la irrupción del terrorismo generó una nueva inquietud de desasosiego social.

La lucha por el nacionalismo se encuentra expandida por el mundo. En Latinoamérica son los revolucionarios, en Irlanda el IRA y en España la ETA. Todos estos grupos se enfrentan a un Estado en defensa de una ideología.

Sin embargo, y en cierta manera, se podría poner en tela de juicio la manera en cómo tratan de llegar a sus objetivos. ¿Es incorrecto luchar por una ideología? ¿Es repudiable utilizar la violencia para llegar a una meta? El camino se encuentra marcado y ya se caminaron varios kilómetros. Aunque, por supuesto, todavía existe la gran duda sobre si es justamente el correcto.

De esta manera, la historia política vasca ha sido influenciada por la organización Euskadi Ta Askatasuna, más conocida por la sigla ETA.

En sus primeros años, fue vista como un movimiento revolucionario vasco de Liberación Nacional, creado en la resistencia patriótica e independiente de todo otro partido, organización u organismo.

Este grupo aparece varios años después del surgimiento del partido político nacionalista vasco (PNV), creado a fines del siglo XIX por Sabino Arana. El PNV se caracterizó por su tendencia demócrata-cristiana, conservadora y defensora de la economía capitalista.

La quietud en tiempos franquistas, fomenta la aparición de un grupo de jóvenes vizcaínos y guipuzcoanos llamados Ekin (Actuar), quienes quieren impulsar con más energía la razón vasca.

A partir de 1958, y luego de varios enfrentamientos de poder e ideológicos con el partido nacionalista, Ekin decide adoptar el nombre de ETA.

Pasado los años, y luego de varias asambleas participativas, el grupo armado se dividió en dos ramas: una política-militar y otra militar, a fines de 1974. Esta ruptura se debió, principalmente, a las diferencias coyunturales en la manera de accionar y lograr los objetivos deseados.

A pesar de estas distinciones, ambas ramas se encuentran unidas por un mismo fin. En líneas generales, la ETA pide al estado español una independencia política, la democracia participativa, la unidad territorial vasca y la normalización de su lengua. Esta ideología etarra fue plasmada en lo que se denomina alternativa KAS, la cual consta de los siguientes puntos:

1. Amnistía, entendida tácticamente como liberación de todos los presos políticos vascos.
2. Libertades democráticas: legalización de todos los partidos políticos independentistas sin necesidad de rebajar estatutos.
3. Expulsión del País Vasco de la Guardia Civil, Policía Armada y Cuerpo General de Policía.
4. Mejora de las condiciones de vida y trabajo para las clases populares y especialmente la clase obrera.
5. Estatuto de autonomía que sea aplicada en las cuatro regiones históricas del sur, reconocimiento de la soberanía nacional del País Vasco, reconocimiento de los lazos nacionales, la lengua vasca como lengua oficial y prioritaria, la creación de fuerzas de defensa por parte del País Vasco, el control de las fuerzas armadas, la elección de las estructuras económicas independientemente del Estado español.

Por supuesto que para entender los principios y acciones de la ETA es necesario comprender la ideología y las practicas políticas que la rodean. Sin olvidar el surgimiento y su propia historia.

Por lo tanto, se hace imprescindible conocer sobre la propaganda y el uso que hace de ella. Este elemento es una pieza clave para entender el rompecabezas denominado ETA.

Siguiendo algunas revelaciones que se han hecho de esta organización, como el binomio nacionalismo-socialismo, la lucha armada, la política del Frente Nacional o la



incidencia del movimiento obrero, se puede tener una idea aproximada de su ideología.

A partir de allí, se logra una aproximación a su propaganda política para saber si el objetivo del grupo revolucionario consiste en utilizar sus medios de comunicación y los independientes para propulsar mensajes.

Del mismo modo, y en relación directa, se debe estudiar la persuasión como elemento de incidencia fundamental en la Opinión Pública y en las decisiones de los militantes y el resto de la población.

Supuestamente, la imagen externa que transmite la ETA a través de los medios gráficos se funde en una fortaleza inequívoca. Por un lado, se descubren ciertos códigos bélicos como las ejecuciones extrajudiciales, las torturas, los secuestros o las leyes especiales. Y, por el otro, se trata de acotar esa perspectiva de insurgencia y represión.

De esta manera, surgen varios interrogantes que se tratarán de responder a lo largo de este trabajo: ¿La ETA utiliza los periódicos para generar miedo en la población? ¿Sin los medios existiría esta organización? ¿La ETA posee sus propios medios de comunicación? ¿De tener sus medios, los utiliza para transmitir su propaganda ideológica? ¿Su propaganda política e ideológica transmite realmente mensajes subliminales violentos? ¿Qué efectos psicológicos genera en los militantes?

Para lograr su objetivo de persuasión: ¿Cuáles son las herramientas políticas que aplica? ¿Qué métodos políticos utiliza su propaganda? ¿Qué tipo de discurso usa?

La hipótesis sobre la que se basa el trabajo y la cual se buscará comprobar a lo largo del mismo es la siguiente:

***La organización armada vasca conocida por su sigla ETA hace uso de los medios periodísticos gráficos utilizando como recurso de acción y atención los comunicados, con el único fin de vehiculizar su propaganda ideológica.***

A partir de esta conjetura o suposición, se presentarán y desarrollarán varios temas y teorías. En la primera parte del trabajo se realizará un análisis teórico del tema.

El primer capítulo se concentrará en la propaganda, sus diferentes definiciones y puntos de vista, sus características principales, recursos, reglas y usos técnicos.

El segundo capítulo se centrará en la propaganda bélica, sus inicios y primeras aplicaciones, sus principios, recursos y técnicas. Además, se analizará la propaganda utilizada por los diferentes países en la Primera y Segunda Guerra Mundial, centrándose principalmente en la hitleriana. Por otro lado, se estudiarán las tácticas bélicas u Operaciones Psicológicas, medios de aplicación, estrategias y técnicas psicológicas.

La propaganda política y sus estrategias se plasmarán en el tercer capítulo del trabajo, utilizando como ejemplos a Alemania y a Italia. Además, se dará lugar a la Opinión Pública y al surgimiento de la propaganda moderna.

El cuarto capítulo será dedicado exclusivamente al tema de la persuasión propagandística y la influencia en la sociedad, sus teorías, recursos, técnicas, principios y efectos o consecuencias en la audiencia.

Por otro lado, se analizará la influencia de los medios de comunicación y la utilización de los mismos para persuadir e influir en la mente de los individuos.

Además, se planteará la persuasión desde una perspectiva comunicacional teniendo en cuenta las estrategias teóricas como la psicodinámica, los factores cognitivos y de comportamiento y la modificación de los factores cognitivos para influir en el comportamiento.

El quinto capítulo se centrará en el tema del terrorismo. Sus características, las técnicas que utiliza, sus acciones y sus objetivos. Por otro lado, se realizará un paralelismo entre la ETA y el IRA.

El sexto capítulo planteará el tema central del trabajo analizando la historia de la ETA como organización, sus inicios en el País Vasco y sus primeros pasos en la política y en la militancia vasca.

Se realizará un análisis exhaustivo de su ideología y sus objetivos como grupo, los cambios y las modificaciones que fue sufriendo con el tiempo, las divisiones y rupturas, las colaboraciones internacionales y las acciones terroristas ante la sociedad española y vasca.

Como último tema del trabajo y para lograr un mayor análisis, se verá la relación con los medios de comunicación. Para una mayor comprensión sobre los medios gráficos se estudiará la utilización que se hizo de la propaganda política desde un principio hasta estos tiempos, sus técnicas y recursos.

Se conocerán algunos medios de comunicación relacionados directamente con la ETA y se tendrán en cuenta teorías de la dependencia del sistema de los medios, las

teorías de los efectos de los medios, las relaciones de dependencia y su carácter bidireccional.

El séptimo capítulo, dedicado al análisis del corpus de investigación, se concentra en la aplicación práctica de los conceptos aprendidos en el marco teórico relacionando la propaganda de la ETA con los medios, el uso que esta hace del periodismo para difundir sus ideales y la manera en que acciona para lograr estar dentro de la denominada agenda-setting.

Para ello, en los capítulos octavo y noveno, se tomarán dos casos particulares de comunicados escritos por el grupo ETA y publicados en la década de '70 y se los analizará tomando en cuenta los temas plasmados en la parte teórica.

En el último capítulo se transcribirán las dos entrevistas realizadas a un periodista español interesado en política y terrorismo y a una periodista argentina dedicada a la política internacional, quienes responden las preguntas que surgen de los comunicados analizados. Desde una óptica profesional, el mundo de la ETA.

**Aclaración:** *El material utilizado en estas páginas es meramente informativo con el fin de comprobar si la ETA utiliza sus periódicos y los medios de comunicación “independientes” para transferir su propaganda ideológica.*

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

# MARCO TEÓRICO<sup>2</sup>



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

**2 La información y los datos utilizados en todo el marco teórico han sido hallados en los libros, los relatos y las investigaciones realizadas por los diferentes autores citados en el trabajo, como Karl Young, Jean Marie Domenach, J.A.C Brown, Luis Núñez Astrain o Eduardo Luis Calcagno, entre otros, y reelaborados por el alumno.**

---

## Primer Capítulo

### PROPAGANDA- CONCEPTO Y CARACTERISTICAS

#### Definición de la propaganda:

En el libro *La Opinión Pública y la Propaganda* del politólogo Karl Young<sup>3</sup> se desarrolla el concepto de propaganda como una derivación del verbo latino “propagare” que significa propagar, generar o producir. Este concepto surge en 1633 del Papa Urbano VIII, quien lo utiliza en la Congregatio de Propaganda Fide (Congregación de Propaganda), comité de cardenales que tiene a cargo las misiones extranjeras de la Iglesia, aplicándolo a las relaciones humanas.

Ya antes, en 1572, con la actuación informal de esta Congregación, se busca estudiar los medios de acción para difundir la religión católica y, por consecuencia, contrarrestar la acción de la Reforma Protestante.

Para Young la propaganda también debe ser entendida desde el punto de vista psicológico ya que “la fabricación consciente de slogan, estereotipos, leyendas y mitos... (Tiene)... la intención expresa de modificar las creencias, convicciones, actitudes y comportamientos”.<sup>4</sup>

La primera vez que se utiliza este término exitosamente es en la Primera Guerra Mundial, mezclando los conceptos de publicidad comercial con sensacionalismo. El objetivo es transmitir a la sociedad argumentos persuasivos y sugestivos tanto a sus propios países como a los neutrales y a los enemigos.

El Diccionario de Oxford define propaganda como una asociación que sirve para propagar o expandir una doctrina o práctica.

Para Karl Young “es el empleo deliberado, planeado y sistemático de símbolos, mediante la sugestión y otras técnicas psicológicas conexas, con el propósito de cambiar las creencias e ideas de la gente y, en último término, sus actos”.<sup>5</sup>

Existen diferentes puntos de vista de la propaganda. Uno de ellos es el psicológico, el cual determina que ciertas creencias, actitudes, pensamientos o comportamientos pueden modificarse por la influencia que ejercen los estereotipos, el slogan, las leyendas y los mitos.

---

<sup>3</sup> Young, Karl, *La opinión pública y la propaganda*, México, Paidós, 1995, capítulo 5, página 196.

<sup>4</sup> Young, Karl, Ob. cit. , capítulo 5, página 197.

<sup>5</sup> Young, Karl, Ob. cit. , capítulo 5, página 197.

Es decir, a través de la palabra se puede lograr el manejo de las personas sin necesidad de utilizar la fuerza física.

En la obra de Eduardo Luis Calcagno<sup>6</sup> se remarcen ciertos elementos que aparecen en la mayoría de las definiciones citadas anteriormente:

1. Es una técnica. Si bien posee aspectos que provienen de la ciencia política, psicología, filosofía o historia, su objetivo no es buscar la verdad sino conquistar las voluntades humanas.
2. Se aplica de manera deliberada, sistemática y clarificada.
3. Se usan técnicas psicológicas para influir sobre las personas.
4. Sus objetivos se plantean sobre dos aspectos: la creación, control o alteración de opiniones e ideas y la modificación de actitudes.

Para Young<sup>7</sup> la propaganda puede ser abierta u ocultar sus intenciones, siempre ubicada dentro de un marco sociocultural se puede utilizar para atacar al enemigo o para dirigir un mensaje a un público político o consumidor.

Para este autor, el objetivo de la propaganda es generar miedo hacia ciertas cosas y violencia o cólera hacia otras. Esto lo logra haciendo uso de la sugestión, es decir, añadiendo relatos, acontecimientos nuevos, explicaciones, etc.

Las leyendas y los mitos sirven para preservar el estado de ánimo o moral de la sociedad, ya que, transmite mensajes sentimentales relacionados íntimamente con la idea básica que tenga el grupo.

La ETA hace uso de la propaganda y cumple, según este autor, con su objetivo porque busca crear un clima de furia hacia España y Francia como aquellos Estados culpables de no darles a los vascos la liberación de su país.

En ciertos comunicados publicados en el periódico *Zutik* en diciembre de 1961 señalan que “España obtiene demasiadas ventajas de Euskadi...nosotros estamos dispuestos a conquistar nuestro derecho por la fuerza”.<sup>8</sup>

Una de las características principales de la propaganda es su poliformidad, permitiendo que sus recursos lleguen a considerarse ilimitados. Para Goebbels el hacer propaganda es hablar de la idea cualquier parte, hasta en el tren.

---

<sup>6</sup> Calcagno, Eduardo Luis, *Propaganda, la comunicación política del siglo XX*, Buenos Aires, Comunicación Gráfica, Edición y Diseño, 1992, Introducción, página 35.

<sup>7</sup> Young, Karl, *Idem*, capítulo 5, página 201.

<sup>8</sup> Periódico vasco *Zutik*, diciembre, 1961, sin número.



Young<sup>9</sup> sostiene que la base psicológica de la propaganda es la sugestión. Sin ella no se puede realizar una propaganda exitosa. Al momento de armar una estrategia propagandística es necesario tener en cuenta: el propósito, el material o contenido simbólico, el método especial de sugestión y otras técnicas psicológicas, la recepción de la propaganda y sus consecuencias.

Los contenidos sentimentales son ideales para llamar la atención del público. Generalmente se acude a aquellas atracciones básicas como seguridad económica, personal, grupal, prestigio, bienestar. Cuanto más intenso es un deseo y poco probable de cumplir, mayor tiene que ser la acción del propagandista para atraer a las masas.

Un ejemplo es el del grupo terrorista ETA el cual, con el fin de lograr un estado independiente vasco, genera un deseo en la población de independencia difícil de lograr. De esta manera, su acción propagandística tiene como objetivo atraer a la sociedad vasca y lograr la lucha contra España y Francia.

Con respecto al mensaje, este se adapta al medio donde va a ser difundido. Sin embargo, antes de transmitirlo hay que tener en cuenta:

1. *La nominación o calificación del líder* o persona con poder sin importar su imagen positiva o negativa.
2. *Procedimiento testimonial*: personas de prestigio apoyan el mensaje y lo manifiestan para atraer al público (recurso publicitario).
3. *Generalidades brillantes*: estereotipos comunes. Es importante destacar la importancia de las generalidades brillantes utilizadas como modelo de los deseos principales del hombre. De esta manera se crea un incentivo para el pensamiento y la acción de la sociedad.
4. *Sencillez del pueblo*: refleja a la gente común a favor o en contra de la información.
5. *Vagón de cola*: se acepta la opinión de la mayoría.
6. *Florear el naipe*: mostrar que algo es falso abiertamente.
7. *Transferencia*: asociar una información o cosa con otra.

La ETA suele utilizar, entre otros, la *sencillez del pueblo* mostrando que la sociedad vasca se encuentra en total acuerdo con la ideología por la que se pelea y muestra que no existe otra manera de hacerlo que no sea utilizando la violencia.

---

<sup>9</sup> Young, Karl, Idem, capítulo 5, página 204.